











L'impact du contexte local et culturel des entreprises sur la représentation sociale du travail

Auteur : Stéphanie Baggio

Coordonnées :

Groupe de Méthodologie et Analyse de Données / Section de Psychologie, Université de Genève, Bd. du Pont d'Arve 40, 1205 Genève, Suisse

Résumé

De nos jours, les entreprises se soucient de plus en plus de sonder le moral de leurs salariés : implication, satisfaction au travail, qualité du climat social, etc. De nombreux outils existent désormais pour évaluer ces différents éléments de la « santé » sociale des entreprises. Il est également possible de se poser la question de la façon dont les salariés pensent le travail, et plus spécifiquement, leur travail dans telle ou telle entreprise. Au-delà de cet intérêt, cette étude s'intéresse plus spécifiquement aux particularités locales (culturelles ou contextuelles) des entreprises et des salariés qui y travaillent. Les méthodes d'étude des représentations sociales permettent en particulier de les identifier.

Le but de cet article était de montrer l'existence d'effets de contexte ou de culture locale, au-delà de la similarité entre différentes entreprises. Cette hypothèse semble se confirmer : des salariés travaillant dans des entreprises signalétiquement semblables et avec une performance sociale comparable pensent le travail différemment, en accord avec le contexte et la culture locale dans laquelle ils s'inscrivent, ici plus particulièrement les méthodes de direction, très interventionnistes (entreprise n°1) ou plus classiques (entreprise n°2).

Cette étude montre donc que la représentation sociale du travail permet non seulement de cerner la façon dont les salariés pensent et vivent le travail de manière générale, mais également d'identifier des particularités locales qui auraient pu échapper à notre attention, et qui méritent pourtant une attention spéciale afin d'améliorer la performance sociale des entreprises.

Mot clés : culture locale, contexte, pensée sociale, représentation sociale du travail, responsabilité

INTRODUCTION :

De nos jours, les entreprises se soucient de plus en plus de sonder le moral de leurs salariés au travail : sont-ils impliqués, engagés, satisfaits de leur travail, stressés ? Comment perçoivent-ils le climat social de leur entreprise ? Sont-ils en accord avec les valeurs véhiculées par cette dernière ? De nombreux outils existent désormais pour évaluer ces différentes composantes de la « santé » sociale des entreprises. Il est également possible de se poser la question de la façon dont les salariés pensent le travail, et plus spécifiquement, leur travail dans telle ou telle entreprise. La théorie des représentations sociales, qui peut être définie très largement comme une *« "façon de voir" localement partagée au sein d'une culture et reliant un sujet à un objet »* (Rateau, 2004, p. 5), permet de répondre à cette question, en se focalisant sur la façon dont l'individu reconstruit les objets qui l'entourent en fonction notamment de ses conditions sociales d'existence.

Dans cette étude, un intérêt particulier a été porté à la représentation sociale du travail, en tant que révélatrice de la santé de l'entreprise ainsi que du bien-être au travail de ses salariés, et plus spécifiquement, aux particularités locales (culturelles ou contextuelles) des entreprises et des salariés qui y travaillent. Les méthodes d'étude des représentations sociales permettent en particulier de les identifier. Un exemple empirique permettra de souligner l'importance essentielle de la prise en compte du contexte local et culturel de l'entreprise, si l'on désire comprendre comment les salariés perçoivent et pensent leur travail. Il ne s'agit donc pas de recenser une énième fois le contenu de la représentation sociale du travail en s'adressant à des salariés différents, mais d'utiliser la théorie et les méthodes d'étude des représentations sociales pour mettre en évidence l'existence de particularités locales et contextuelles dans les entreprises.

Pour ce faire, la théorie des représentations sociales sera présentée ainsi que le concept général de pensée sociale dans lequel elle s'inscrit, avant d'aborder son application dans le champ du travail. Une recherche empirique montrera ensuite l'apport de cette théorie à l'identification d'effets de contexte dans les entreprises.

I : PENSEE SOCIALE ET REPRESENTATIONS SOCIALES

1. I.1 : La pensée sociale

De tout temps a existé un décalage entre la pensée rationnelle et la pensée du sens commun, usuellement qualifiée d'irrationnelle, accusée d'être source de biais cognitifs et d'erreurs de jugement. Déjà 500 ans av. J.-C., le philosophe Parménide évoquait l'existence de la *doxa* (l'opinion), connaissance que nous avons du monde extérieur par opposition à la science en tant que connaissance vraie (cf. Grivel, 1980). La *doxa* n'est pas la vérité, mais elle s'en approche suffisamment pour permettre aux individus de vivre, de comprendre, et d'organiser leur monde. Ce type de pensée est ainsi socialement pertinent, bien que répondant à une logique naturelle, et non formelle (à ce sujet, cf. Grize, 1976, 1989 ; Guimelli, 1999 ; Rouquette, 1992; Rateau, 1995). En effet, bien qu'elle n'emploie pas les procédés logiques et techniques ni ne s'appuie sur un principe de rationalité, cette pensée sociale permet aux individus d'apprivoiser leur environnement, de l'expliquer et lui donner sens. Elle joue donc un rôle capital, en marge de la pensée scientifique et rationnelle. Si elle ne répond pas à des principes logiques, elle est néanmoins dotée d'une pertinence sociale indéniable. De nombreux concepts s'inscrivent dans son champ, telle la théorie des représentations sociales, sur laquelle nous reviendrons dans la section 1. I.2, qui est susceptible d'éclairer le lien entre l'homme et son travail. En effet, le concept de pensée sociale est particulièrement foisonnant et de nombreuses notions s'inscrivent dans son champ : représentations sociales, phénomènes rumoraux, théories naïves et théories implicites de la personnalité, pensée magique et

superstitions, mémoire collective, etc. Toutes reposent sur des principes différents de ceux de la science, comme c'est le cas des représentations sociales déclinées dans cette étude.

2. I.2 : Les représentations sociales et la prise en compte du contexte

Les représentations sociales relèvent donc de la pensée sociale et en constituent un mode d'analyse (Jodelet, 1994). Comme mentionné en introduction, une représentation sociale peut être définie de manière très générale comme étant une *« "façon de voir" localement partagée au sein d'une culture et reliant un sujet à un objet* (Rateau, 2004, p. 5). Ainsi, l'individu reconstruit les objets qui l'entourent en fonction de ses conditions sociales d'existence et de son vécu. De manière plus spécifique, les représentations sociales constituent un *système sociocognitif* (Abric, 1994), à la fois *« produit et […] processus d'une activité mentale par laquelle l'individu reconstitue le réel auquel il est confronté, et lui attribue une signification spécifique »* (Abric, 1987, p. 64). Les représentations sociales seront successivement abordées sous ces deux angles d'approches : en tant que processus et en tant que produit (cf. Milland, 2001), tout en conservant le fil conducteur qui instancie la représentation sociale comme mode de relation entre le sujet et l'objet.

I.2.1 La représentation sociale comme processus

Le concept de représentation sociale est issu des travaux de Durkheim (1912) sur les représentations collectives. En s'intéressant à la manière dont la religion et les croyances qui lui sont associées organisaient la vie tribale australienne au début du vingtième siècle, cet auteur s'est rendu compte que les croyances totémiques ne peuvent être expliquées par des facteurs purement psychologiques et individuels. Au contraire, elles découleraient d'une forme de pensée collectivement partagée dans la société, renvoyant à la manière dont la société se représente elle-même ainsi que le monde qui l'entoure. Moscovici (1961, 1989) s'est appuyé sur cette notion en proposant de considérer les représentations non plus comme des données de fait mais comme des processus évolutifs, donnant ainsi naissance au concept

de représentation sociale. Il le définit comme étant un instrument d'orientation de la perception des situations et d'élaboration des réponses (Moscovici, préface du livre de Herzlich, 1969), faisant appel à deux processus cognitifs spécifiques : l'objectivation et l'ancrage. Le premier autorise l'appropriation et l'intégration de phénomènes ou de savoirs, déterminant la signification de la représentation sociale. Le second permet d'enraciner la représentation dans le social en lui assignant un sens (sur ce processus, cf. l'étude expérimentale de Gigling et Rateau, 1999). L'ancrage rend également possible l'enracinement et l'intégration des nouvelles connaissances dans le système de pensée préexistant, en les classant dans des cadres de pensée socialement établis.

Les représentations sociales peuvent donc être considérées comme des processus, autant dans leur inscription évolutive dans une société que par leur élaboration. Il n'existe de représentation que socialement située, c'est-à-dire insérée dans une société particulière pour laquelle l'objet revêt une importance suffisante. Le sujet s'approprie l'objet, ce qui lui permet de le concevoir, de l'apprécier et d'interagir en fonction de lui.

I.2.2 La représentation sociale comme produit

Au-delà de cette conception initiale, *« le processus d'élaboration de la représentation sociale donne lieu à la représentation en tant que produit »* (Milland, 2001, p. 21). Cet état peut être appréhendé par l'approche structurale des représentations sociales, initiée par Abric en 1976 et qui considère les représentations sociales comme un ensemble organisé de cognitions (Flament, 1994). Les auteurs (cf. Rouquette, 1990, Guimelli, 1994) tentent de modéliser les processus cognitifs sous jacents aux représentations sociales. Ce faisant, ils ne s'intéressent plus aux objets de représentation, mais à la structure même des représentations, autrement dit à l'invariant. L'idée essentielle de cette théorie est que toute représentation est composée d'un noyau central et d'éléments périphériques.

- le noyau central

Le noyau central contient les éléments fondamentaux de la représentation et sans lesquels elle n'existerait pas : sans noyau central, pas de représentation sociale. Ces éléments sont sélectionnés en fonction de leur importance pour les individus, des pratiques qu'ils entretiennent avec l'objet ainsi que des normes et valeurs en usage dans la société. Ainsi, le noyau central de la représentation des uns ne sera pas celui des autres : *« la chasse des chasseurs n'est pas celle des écologistes ; la corrida des opposants est une boucherie, là où d'autres voient la mise en scène d'un drame métaphysique »,* (Rouquette, 1995, p. 3-4). Il n'existe pas de vérité propre à l'objet, mais seulement des représentations dépendantes des conditions sociales d'existence des individus, cette *"façon de voir"* les objets précédemment évoquée par Rateau (2004).

- le système périphérique

Le système périphérique de la représentation sociale est en quelque sorte annexé au noyau central, puisque ce dernier en détermine l'organisation et le contenu. Sa particularité est d'assurer l'ancrage de la représentation dans la réalité en jouant le rôle d'une interface entre le noyau central et la situation concrète. Souvent considéré comme secondaire, le système périphérique est pourtant fondamental car il permet de prendre en compte les particularités du vécu des individus et les contingences de l'environnement. Ainsi, il donne forme à la représentation sans remettre en cause sa structure signifiante (Abric, 1994).

I.2.3 La représentation sociale du travail

Plus précisément, en ce qui concerne la représentation sociale du travail qui nous intéresse dans la présente étude, des cognitions centrales sont le fait de « gagner sa vie », « d'assurer la subsistance familiale », (Salmaso & Pambeni, 1986), ou encore « la rémunération » (Poutoux, 1991, cité par Flament, 1994). Ces éléments sont caractérisés par une forte stabilité dans le temps. D'autres cognitions, périphériques celles-ci, permettent de s'adapter aux différentes facettes du travail que tout un chacun peut rencontrer : dans une entreprise, chez soi, en

faisant du porte-à-porte, de manière gratifiante, en étant humilié, en étant sous-payé, en ayant un supérieur hiérarchique ou non, etc. Ces cognitions relevant d'un système périphérique permettent à chacun d'inclure les éléments relatifs à son expérience dans la représentation et de l'ancrer dans son vécu quotidien. Flament (1994b) montre par exemple que le « plaisir », bien qu'occupant une place croissante dans la représentation sociale du travail en France et en Suisse, reste qualitativement peu important : il n'est pas nécessaire qu'il y ait plaisir pour qu'une activité soit conçue comme étant du travail, au contraire de l'aspect de rémunération, caractéristique essentielle – et centrale – du travail. Louche & Moliner (2001) mentionnent quant à eux des différences périphériques relatives au contexte de travail sur la représentation sociale du travail et le sens donné au travail : en comparant des travailleurs classiques et des télétravailleurs, ils ont montré que les premiers valorisent davantage les aspects instrumentaux du travail que les seconds, mais sont également plus sensibles aux contraintes du travail. Ceci montre l'importance des effets du contexte sur la représentation sociale du travail, les auteurs insistant sur le fait que les personnes désirant devenir télétravailleurs ne diffèrent pas a priori des autres. Ils concluent que *« l'exercice du télétravail […] est à la base des phénomènes observés »* (Louche & Moliner, 2001, p. 78), c'est-à-dire que la représentation sociale du travail change a posteriori, avec l'expérience de la situation de télétravail.

Les représentations sociales permettent donc d'accéder aux particularités locales et spécifiques à certains groupes, ou dans notre cas, à certaines entreprises, qui s'expriment dans des cognitions périphériques. La représentation sociale du travail permettra plus précisément de repérer la façon dont les salariés pensent leur travail dans leur entreprise, la façon dont ils le vivent au quotidien, le jugent, lui donne sens, en prenant en compte son intégration dans un contexte particulier (Abric, 1987).

II : REPRESENTATION SOCIALE DU TRAVAIL : PARTICULARITES LOCALES

La représentation sociale du travail a déjà été largement étudiée en psychologie sociale (cf. Flament, 1994 ; Salmaso & Pambeni, 1986, cités ci-dessus). Comme mentionné en introduction, l'objectif de cette étude n'est donc pas d'étudier le contenu même de la représentation sociale du travail, comme cela a été fait à de nombreuses reprises dans différentes situations de travail (cf. Louche & Moliner, 2001), mais de s'appuyer sur la théorie et les méthodes d'étude des représentations sociales pour mettre à jour l'existence de particularités locales et contextuelles dans les entreprises.

1. II.1 : Echantillon

L'échantillon est constitué de deux entreprises françaises ayant fait l'objet d'un audit de performance sociale, commandité à l'entreprise M@rs-Lab à la fin de l'année 2008. Toutes deux étaient de grandes PME du secteur industriel. L'entreprise n°1 compte 123 salariés ayant participé à l'étude, l'entreprise n°2 215 salariés, le taux de participation s'établissant autour de 90 %. Ces deux entreprises sont quasi centenaires. Etant donné que les données ont été recueillies à l'occasion d'un audit de performance sociale, seul le pôle auquel appartenaient les participants a été retenu. Les pôles constituent les différentes parties – ou sections – de l'entreprise qui ont été retenus comme pertinents pour l'analyse par l'entreprise elle-même. Ceux-ci sont donc plus ou moins spécifiés. Les pôles retenus pour chacune des deux entreprises figurent dans les tables 1 et 2.

Table 1

Pôles représentés dans l'échantillon, entreprise n°1

Les pôles correspondent aux unités, sections ou sites de l'entreprise. Le choix des pôles et leur plus ou moins grande spécification dépendaient des attentes et demandes des commanditaires de l'audit.

Pôle	% de salariés

Siège	24,4 %
Production	75,6 %

Table 2

Pôles représentés dans l'échantillon, entreprise n°2

Idem table 1. Les noms des différentes unités ont été changés dans un souci de confidentialité.

Pôle	% de salariés
Commerciaux 1	12,1 %
Commerciaux 2	19,6 %
Production 1	9,3 %
Production 2	26,5 %
Production 3	13 %
Service logistique	8,8 %
Services	10,7 %

Les pôles de l'entreprise n° 2 sont donc beaucoup plus précis que ceux de l'entreprise n° 1, le choix du découpage différant dans chacune des deux entreprises.

Ni l'âge, ni la formation ou encore l'ancienneté n'étaient demandés, afin de respecter l'anonymat. En effet, il aurait dans certains cas été trop facile d'identifier les participants, en croisant les informations relatives au pôle, au genre et à l'âge, en particulier car le nombre de salariés dans certains pôles était faible. La garantie de l'anonymat et la sincérité des réponses qu'autorise cette dernière ont donc été favorisées au détriment des caractéristiques signalétiques qui auraient permis de mieux décrire l'échantillon.

Ces deux entreprises présentent une performance sociale comparable (notamment en termes de climat social et d'implication des salariés), assez favorable dans le contexte économique qui prévalait à la fin de l'année 2008. L'audit de performance sociale visait à faire le point sur la performance sociale de l'entreprise, sans qu'un problème particulier ou un évènement spécifique de l'entreprise ne soit à l'origine de cette décision.

La principale différence entre ces deux entreprises se trouve en revanche dans leur localisation géographique : la Bretagne pour l'entreprise n°1 et la Champagne-Ardenne pour l'entreprise n°2, ainsi que dans la direction. Dans l'entreprise n°1, le dirigeant a repris

l’entreprise, et est un véritable entrepreneur parti de rien, très interventionniste. Dans l’entreprise n°2, le dirigeant a suivi un parcours plus classique, issu d’une grande école et propulsé à la tête de son entreprise.

2. II.2 : Mesures et procédures

L’audit de performance sociale réalisé dans ces deux entreprises comporte l’évaluation de la représentation sociale du travail des salariés, à laquelle nous nous intéressons plus particulièrement dans cette étude. Nous nous contenterons donc de décrire la procédure permettant de recueillir la représentation sociale du travail.

La passation du questionnaire se faisait en ligne, sur un site Internet sécurisé. Les salariés se voyaient remettre un coupon comportant un code leur permettant de se connecter au site (codes attribués de façon anonyme et aléatoire), et pouvaient se connecter soit depuis leur poste de travail, soit depuis un poste mis à disposition dans une pièce à l’écart. Tous les participants complétaient le questionnaire sur leur lieu de travail, pendant leurs heures de travail. La représentation sociale était demandée à la fin de l’enquête, après que les participants aient complété une échelle de climat social. La passation durait au maximum 20 minutes.

Les salariés se voyaient poser la question suivante :

« Qu’évoque pour vous votre travail dans l’entreprise x ? Donnez les quatre premiers mots qui vous viennent à l’esprit ».

Les participants écrivaient librement les termes qui leur venaient à l’esprit. La procédure est donc celle d’une association libre continuée, les termes évoqués, ou induits, pouvant ensuite faire l’objet de différents types d’analyse (cf. section 4.II.4). Les participants pouvaient donner jusqu’à quatre induits, mais n’étaient pas obligés d’en fournir autant et avaient même la possibilité de ne pas renseigner de représentation sociale du travail. Cependant, seuls 4,9 %

des participants n'ont pas renseigné de représentation sociale du travail dans l'entreprise n° 1, et 5,1 % dans l'entreprise n° 2.

3. II.3 : Hypothèses

Bien que les deux entreprises soient comparables, aussi bien du point de vue signalétique (taille, secteur d'activité) que du point de vue de la performance sociale, nous pouvons soupçonner l'existence d'effets de culture locale, liés au fait que les entreprises se trouvent dans des environnements différents, et sous l'impulsion d'un dirigeant différent. Ces différences devraient s'exprimer dans la représentation sociale du travail, par des choix de termes ou des associations de termes différents. Cependant, nous nous attendons à ce que ces différences se situent au niveau du système périphérique de la représentation sociale, qui permet d'absorber les particularités locales et contextuelles, les participants partageant une culture globale commune et travaillant dans un secteur et une entreprise de taille semblables.

Les résultats ont été traités par analyse prototypique, afin de voir dans quelle mesure les éléments potentiellement centraux et périphériques différaient dans chaque entreprise, puis une analyse de similitude a permis d'explorer plus finement une différence qualitative dans l'utilisation et l'association des induits remarquée entre les deux entreprises (analyses présentées ci-dessous). Enfin, des corrélations ont permis de tester si cette différence est statistiquement significative, dans la mesure où les méthodes d'étude des représentations sociales restent essentiellement descriptives.

4. II.4 : Résultats et discussion

II.4.1 Analyse prototypique

Dans un premier temps, une analyse prototypique a été appliquée sur les réponses associatives produites par les salariés à l'inducteur « travail dans votre entreprise », afin d'identifier les

éléments potentiellement centraux des éléments périphériques dans la représentation sociale et les différences entre les deux entreprises.

Cette technique permet en effet de repérer les éléments relevant du noyau central de la représentation et ceux faisant partie du système périphérique (initiée par Grize, Vergès & Silem, 1987 ; systématisée par Vergès, 1992, 1994). Cette analyse repose sur la loi de Marbe (début du vingtième siècle), selon laquelle il existe une relation directe entre la fréquence d'une réponse associative et la rapidité de son émission (cf. Flament & Rouquette, 2003). Plutôt que de travailler sur les temps de réaction, nous nous intéressons au *rang* moyen des réponses produites par les salariés, considéré comme une technique équivalente. L'analyse est effectuée selon deux critères :

- la fréquence des induits : combien de fois apparaissent-ils dans les évocations des salariés ?
- leur rang moyen d'apparition : sont-ils plutôt cités en premier ou en dernier ?

Les deux critères sont ensuite croisés, donnant lieu à quatre configurations différentes :

- fréquence forte/rang faible (termes cités fréquemment et plutôt en premier) ;
- fréquence forte/rang fort (termes souvent cités, mais en dernier) ;
- fréquence faible/rang faible (termes peu fréquents, mais cités en premier) ;
- fréquence faible, rang fort (termes cités rarement et plutôt en dernier).

Ces critères peuvent être représentés graphiquement sous la forme d'un tableau à double entrée. Les éléments dont la fréquence est forte et le rang faible sont appelés des « candidats au noyau central » : ils sont importants pour la représentation, mais cette technique ne suffit pas à prouver leur appartenance au noyau central. Il s'agit d'un repérage et non d'une

détermination formelle, la saillance des éléments n'étant pas une information suffisante pour répondre à l'hypothèse de centralité (Moliner, Rateau & Cohen-Scali, 2002).

Inversement, les éléments peu cités et plutôt en dernier feraient partie du système périphérique de la représentation. Les deux autres cas, fréquence forte/rang fort et fréquence faible/rang faible sont ambigus, *« ces deux configurations constituant une zone potentiellement déséquilibrante »* (Moliner, Rateau & Cohen-Scali, 2002, p. 142). Selon Vergès (1994), il pourrait s'agir de sources de changement possibles de la représentation. Plus précisément, les éléments à rang moyen et fréquence faibles seraient des facteurs de changement (Bonnec, Roussiau & Vergès, 2002), tandis que ceux à rang moyen et à fréquence élevés correspondraient plutôt à des items redondants par rapport au noyau central de la représentation (Vergès, 1992), éventuellement caractéristiques de sous-population (Abric, 2003).

Les résultats des deux entreprises figurent dans les tables 3 et 4.

Table 3

Représentation sociale du travail, entreprise n°1

Analyse prototypique des termes associés à l'inducteur « travail », classés selon leur rang d'apparition (faible ou fort) et leur fréquence (forte ou faible).

		Fréquence	
		Élevée	**Faible**
Importance	**Élevée**	Équipe Responsabilité Stress	Esprit d'équipe Implication Salaire
	Faible	Entente Motivation Qualité Relationnel Rendement Respect Sérieux	Autonomie Convivialité Organisation Épanouissement Évolution

Table 4

Représentation sociale du travail (analyse prototypique), entreprise n°2

Idem table 2, pour l'entreprise n°2.

		Fréquence	
		Élevée	**Faible**
Importance	**Élevée**	Argent Responsabilité Salaire	Convivialité Qualité Stress Équipe
	Faible	Autonomie Esprit d'équipe Intéressant Rigueur	Communication Motivation Plaisir Professionnalisme Relationnel

Comme mentionné plus haut, nous ne nous intéresserons pas à identifier les éléments constitutifs de la représentation sociale du travail, mais plutôt à cerner les différences contextuelles entre ces deux représentations.

Un certain nombre de termes sont communs aux deux entreprises, même s'ils n'ont pas toujours tout à fait la même importance. Par exemple, l'induit *responsabilité* figure dans la case 1 pour les deux entreprises, c'est-à-dire constitue un élément potentiellement central de la représentation sociale du travail. Les termes qui ne sont pas communs relèvent cependant des mêmes catégories générales : le relationnel dans l'entreprise (*communication* dans l'entreprise n°1, *entente* et *respect* dans l'entreprise n°2), l'engagement des salariés dans leur travail (*intéressant*, *plaisir* dans l'entreprise n°1, *implication*, *épanouissement* dans l'entreprise n°2), ainsi qu'une série de termes évoquant les caractéristiques positives associées au travail (*sérieux*, *rigueur*, *professionnalisme*, etc.).

Il semble que la représentation sociale du travail soit assez semblable dans les deux entreprises, invalidant apparemment l'hypothèse de recherche. Cependant, l'analyse prototypique omet de lier les réponses des sujets entre elles, laissant complètement de côté la variabilité intra-individuelle pour se centrer uniquement sur la comparaison entre les groupes.

Or, une simple lecture exploratoire de la représentation sociale du travail des deux entreprises montre des divergences dans l'utilisation et l'association de certains termes. Cette différence

se situe essentiellement autour de l’induit « responsabilité », associé à des termes différents dans les deux entreprises (cf. table 5).

Table 5

Associations libres à l’inducteur « travail », induits associés à la responsabilité

Exemples de termes associés à l’inducteur « travail », dans les entreprises n°1 et 2.

Entreprise	Induit 1	Induit 2	Induit 3	Induit 4
Entreprise n°1	engagement	**tension**	**surcharge travail**	responsabilité
	responsabilité	rapidité	**stress**	**surcharge**
	responsabilité	**ennuyeux**		
	stress	**pression**	responsabilité	
	responsabilité	**frustration**	**redondance**	implication
	responsabilité	autonomie	**stress**	
	stress	responsabilité	**fatiguant**	rumeurs
Entreprise n°2	responsabilité	**engagement**	**motivation**	**reconnaissance**
	responsabilité	entreprendre	initiation	management
	responsabilité	**organisé**	**qualité**	**créativité**
	responsabilité	**reconnaissance**	salaire	**autonomie**
	responsabilité	salaire	**efficacité**	équipe
	responsabilité	**professionnalisme**	**confiance**	équipe
	investissement	responsabilité	salaire	**convivialité**

Dans l’entreprise n°1, la responsabilité est très souvent associée à des termes connotés négativement (surlignés en gras). En revanche, dans l’entreprise n°2, la responsabilité est quasi systématiquement associée à des termes connotés positivement (surlignés en gras) ou neutre, ce qui est le résultat généralement observé dans les entreprises auditées. La responsabilité renvoie au fait d’avoir ou de prendre des responsabilités dans l’entreprise, autrement dit la capacité à prendre des décisions et à les assumer. Intuitivement, la responsabilité semble plutôt être un phénomène valorisé dans les entreprises, ou en tout cas, qui n’est pas perçu de façon négative. En effet, avoir des responsabilités rime souvent avec autonomie, compétences et qualification.

L’analyse prototypique n’a pas permis d’accéder à cette particularité locale visible dans les résultats bruts. Ses résultats montrent seulement que la responsabilité, en tant qu’élément de la représentation sociale du travail, semble importante pour les deux entreprises. Pour explorer de manière plus rigoureuse ce phénomène, deux analyses supplémentaires ont été conduites :

des analyses de similitude, qui permettent de cerner les liens entretenus entre les différents éléments de la représentation sociale, et des corrélations, afin de tester l'existence d'une différence ou non dans la place de l'induit « responsabilité » entre les deux entreprises.

II.4.2 Analyse de similitude

L'analyse de similitude (Flament, 1981) permet de repérage des relations et de la hiérarchie entre les éléments de la représentation sociale. Elle autorise ainsi la prise en compte de la variabilité intra-individuelle, c'est-à-dire dire comprendre comment sont associées les réponses pour un même participant et quels sont les induits qui vont et ne vont pas ensembles, ce que ne permettait pas l'analyse prototypique. Pour cela, un indice de distance entre chacun des induits produits par les participants est calculé, afin d'identifier leurs relations de proximité et d'antagonisme. Il existe différents types d'indices (cf. Vergès, 1995). Ici, l'indice de distance utilisé est le phi (φ) (pour la procédure de calcul, cf. Vergès & Bouriche, 2001), qui s'obtient en calculant l'occurrence simultanée de chaque couple d'induits.

Etant donné que la différence entre les entreprises semble se situer autour de l'utilisation de l'induit « responsabilité », une analyse de similitude a été effectuée entre ce terme et l'ensemble des autres, ce pour chacune des deux entreprises.

Les hapax (termes cités une seule fois pour l'ensemble de l'échantillon) ont été éliminés de l'analyse, et seules les distances supérieures à .10 ont été conservées. Le φ n'est jamais très élevé car de nombreux induits sont considérés dans l'analyse (respectivement 59 et 60 induits pour les entreprises n°1 et 2) et chacun n'est que peu cité, puisque les salariés ne donnent que quatre mots pour qualifier sa représentation sociale du travail. La seconde analyse, regroupant les induits selon leur sens (positif, négatif) permettra de remédier à ce problème.

Un lien négatif ($\varphi \leq -.10$) signifie que les deux termes ne vont pas ensemble : quand l'un est cité, l'autre est absent, ce qui permet de conclure que ces deux termes sont antagonistes. Un

lien positif (φ ≥ .10) traduit en revanche une relation positive, c'est-à-dire que les deux termes sont plutôt cités ensembles.

Le graphe des induits associés au terme « responsabilité » dans l'entreprise n°1 est représenté dans la figure 1.

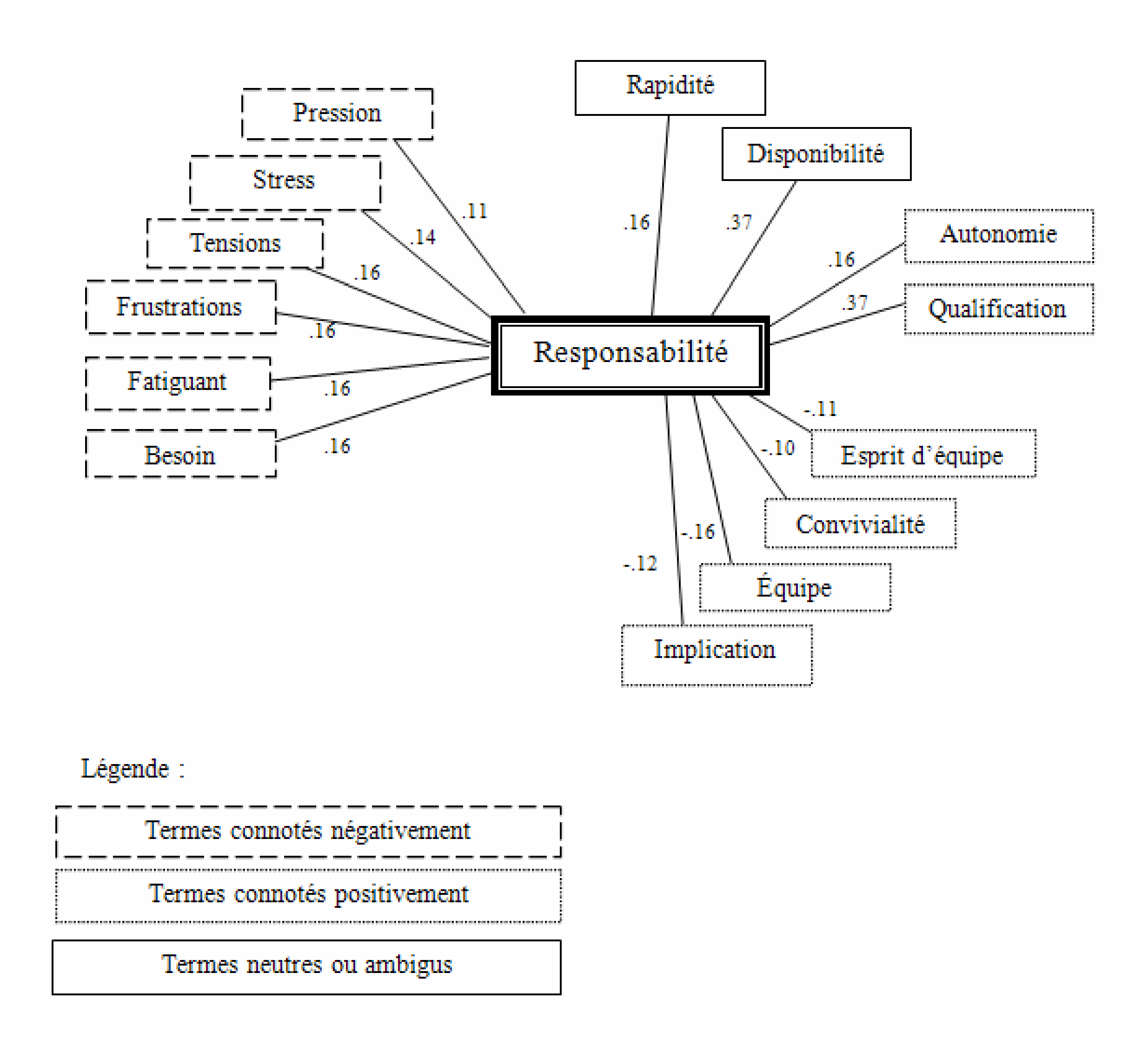


Fig. 1

Graphe de similitude des termes associés à la responsabilité, entreprise n°1

Il apparaît que dans la représentation sociale du travail de l'entreprise n°1, la responsabilité est associée à des termes à connotation négative (encadrés en traitillés), comme les *tensions*, les *frustrations*, le *besoin*, la *fatigue*, le *stress* et la *pression*. La responsabilité est également

synonyme de *disponibilité* et *rapidité*, termes ambigus qui peuvent être perçus positivement ou négativement par les salariés (encadrés en traits plein).

À l'inverse, il existe un lien négatif entre la responsabilité et un certain nombre de termes connotés positivement (encadrés en pointillés et dont le $\varphi \leq -.10$), qu'il s'agisse d'engagement dans le travail (*implication*) ou encore de l'entente et de l'ambiance dans l'équipe (*équipe, esprit d'équipe, convivialité*).

Les seuls termes connotés positivement entretenant un lien positif avec la responsabilité sont l'*autonomie* et la *qualification*. Ces deux éléments renvoient à des éléments définitoires de la responsabilité, mentionnés un peu plus tôt.

L'intuition repérée sur la base des résultats bruts semble donc se confirmer : dans l'entreprise n°1, l'induit « responsabilité » semble être perçu de manière négative par les salariés dans leur représentation sociale du travail. En effet, ils l'associent à des termes connotés négativement, qui sont souvent des facteurs de stress (le stress lui-même est mentionné, mais également la tension, la pression ou encore la fatigue, qui sont autant de facteurs de stress, tout comme la disponibilité ou la rapidité, pouvant également l'être) et la dissocient de facteurs minimisant le stress (comme la convivialité dans l'équipe).

La figure 2 présente quant à elle l'analyse de similitude pour les salariés de l'entreprise n°2.

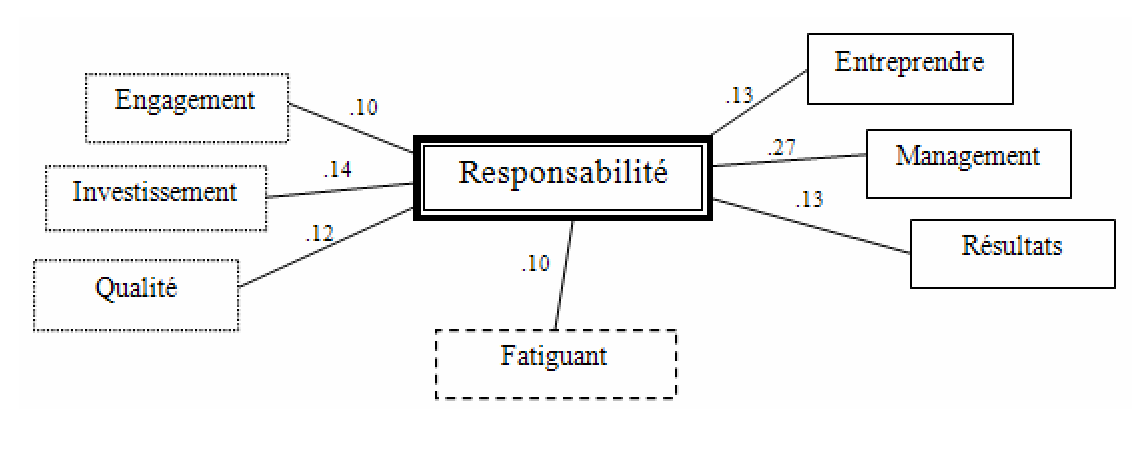


Fig. 2

Graphe de similitude des termes associés à la responsabilité, entreprise n°2

Dans l'entreprise n° 2, les induits associés au terme « responsabilité » avec un $\varphi \geq |.10|$ sont moins nombreux, seulement 7 contre 14 termes pour l'entreprise n°1, et sont différents. Un seul de ces termes est connoté négativement : il s'agit de la *fatigue* (encadré en pointillés). En revanche, la responsabilité est liée avec des termes qualificatifs de l'implication des salariés pour leur travail et leur entreprise : l'*engagement* et l'*investissement* (entourés en traitillés), ainsi qu'avec la *qualité*. Les liens les plus forts concernent toutefois des termes descriptifs (encadrés en traits pleins), qui évoquent les caractéristiques du travail. Ainsi, la responsabilité va de pair avec le *management* ($\varphi = .27$, il s'agit du lien le plus fort du graphe), le fait d'*entreprendre* et d'obtenir des *résultats*.

Dans l'entreprise n°2, la vision de la responsabilité dans la représentation sociale du travail semble donc être plus favorable, ou en tout cas plus neutre, contrairement à l'entreprise n°1 pour laquelle la notion de responsabilité était associée à des termes négatifs et antinomique des termes positifs.

Ainsi, l'analyse de similitude permet d'obtenir des informations complémentaires à l'analyse prototypique, qui n'avait pas permis de montrer la façon dont les salariés pensent la responsabilité dans leur représentation sociale du travail. L'analyse de similitude le permet, en prenant en compte les différentes réponses d'un même participant et en calculant des associations entre induits. L'hypothèse selon laquelle il existe des différences contextuelles entre les deux entreprises malgré leur similarité semble se confirmer : malgré des caractéristiques semblables (taille similaire, performance sociale semblable, même secteur d'activité), il semble que le contexte local de l'entreprise fournisse un terrain à l'expression de différences d'appréciation du travail et de ces caractéristiques, qui transparaissent ici au travers de l'élément « responsabilité » dans la représentation sociale du travail.

La différence pourrait être due aux méthodes de direction différentes. Dans l'entreprise n°1, le dirigeant est très interventionniste, et a tendance à ne pas déléguer facilement les tâches à ses salariés. Préalablement à l'audit social, il se plaignait d'ailleurs que ses salariés ne prennent pas de responsabilités. Dans l'entreprise n°2, le dirigeant est plus classique, ce qui se ressent sur la vision de la responsabilité. Il semble donc y avoir un effet de culture locale, dépendante de la façon de diriger l'entreprise. Ce résultat est intéressant dans la mesure où, pourtant, tous les salariés de l'entreprise ne sont pas en contact quotidien avec le dirigeant.

II.4.3 Corrélations

L'analyse de similitude a montré que, dans la représentation sociale du travail, le lien entre la responsabilité et chacun des autres induits reste généralement faible. Afin d'aller plus loin et de tester l'existence d'une différence dans la vision de la responsabilité entre les deux entreprises, la corrélation (φ) entre ce terme et l'utilisation de termes négatifs ou positifs a été testée.

Afin de calculer les corrélations, deux variables ont été créées : la variable « termes positifs », pouvant prendre deux valeurs : 1 si le sujet a cité au moins un terme positif parmi les quatre cités, 0 sinon ; et la variable « termes négatifs », pouvant également prendre deux valeurs : 1 si le sujet a cité au moins un terme négatif parmi les quatre cités, 0 sinon. Les termes descriptifs, tels que *management* ou encore *organisation* ont été laissés de côté dans ce recodage, tout comme les termes ambigus, dont il n'a pu être décidé s'ils étaient positifs ou négatifs sans l'opinion des salariés à ce sujet (comme la *disponibilité* ou encore la *productivité*).

Les corrélations entre ces termes positifs et négatifs et l'évocation de l'induit *responsabilité* ont ensuite été calculées. Les résultats figurent dans la table 6.

Table 6

Corrélations entre l'induit « responsabilité » et les induits positifs/négatifs

Corrélations (φ) entre l'induit « responsabilité » et les induits positifs et négatifs pour chacune des deux entreprises, t et p-valeurs associées : *** p < .001, ** p < .01, * p < .05, . p < .10.

Entreprise	Induits	φ	φ²	t
n°1	Positifs Négatifs	-.16. .25**	.03 .06	-1,74 2,68
n°2	Positifs Négatifs	-.08 -.04	.006 .001	-1,09 -.57

Les salariés de l'entreprise n°1 associent significativement le terme « responsabilité » à des termes négatifs (φ = .25, soit 6 % de variance commune partagée). En revanche, ils n'associent pas le terme « responsabilité » avec des termes positifs, bien que ce résultat ne soit que marginal (p = .08, φ = -.16, soit 3 % de variance commune partagée).

Dans l'entreprise n°2, le terme « responsabilité » n'est en revanche pas associé particulièrement à des termes positifs ou négatifs (résultats non significatifs).

L'existence d'une particularité locale dans l'entreprise n°1, qui s'était dessinée dans l'analyse de similitude semble donc se confirmer. Ainsi, la responsabilité au travail est perçue de manière négative dans l'entreprise n°1, tandis qu'elle ne suscite pas tant de désamour dans l'entreprise n°2, conformément à l'hypothèse selon laquelle la similarité entre les deux entreprises ne suffira pas à rendre la pensée sociale des salariés qui les composent. Ce résultat semble pouvoir être attribué aux méthodes de direction différentes, qui impulsent des modes d'action et de pensée différents dans les entreprises.

CONCLUSION :

Le but de cet article était de montrer l'existence d'effets de contexte, au-delà de la similarité entre différentes entreprises. Cette hypothèse semble se confirmer : des salariés travaillant dans des entreprises signalétiquement semblables et avec une performance sociale comparable pensent le travail différemment, en accord avec le contexte et la culture locale dans laquelle

ils s'inscrivent, ici plus particulièrement les méthodes de direction, très interventionnistes (entreprise n°1) dans un cas, et plus classiques dans l'autre (entreprise n°2).

Ainsi, alors que l'analyse prototypique laisse voir des représentations sociales du travail semblables dans les deux entreprises, la vision de la responsabilité au sein de cette même représentation varie. Les salariés de l'entreprise n° 1 semblent avoir une vision plutôt négative de la responsabilité, source de stress notable. En revanche, dans l'entreprise n° 2, la responsabilité n'est pas particulièrement associée à des termes positifs ou négatifs et semble pensée de manière plus neutre. Bien que les salariés ne soient pas en contact très régulier avec le dirigeant (mais plutôt avec les managers et les supérieurs hiérarchiques directs), il est intéressant de voir que ce dernier impulse à l'entreprise un mode de fonctionnement particulier, c'est-à-dire une culture locale qui transparaît dans la façon dont les salariés pensent et vivent leur travail, ici la responsabilité.

Ce résultat montre également l'importance d'utiliser des méthodes différentes en vue d'analyser les représentations sociales, et en particulier l'importance de prendre en compte la variabilité intra-individuelle, c'est-à-dire, dans le cas présent, la proximité et l'antagonisme des différents induits entre eux. L'analyse prototypique fait perdre cette variabilité et risque de laisser les dirigeants passer à côté de phénomènes pourtant importants. En effet, l'intérêt se trouve dans l'identification des liens plus faibles, les liens forts étaient triviaux ou déjà bien connus (Iglesias, Renaud & Tschan, 2010).

Malheureusement, les effets du contexte local et de la culture peuvent être variés : nous avons supposé que la différence dans la façon de penser la responsabilité était due à des facteurs culturels et contextuels, comme la culture née des méthodes de direction particulières, mais il est également possible que d'autres facteurs non pris en compte et spécifiques à l'entreprise n°1 affectent la vision de la responsabilité. Il semblerait donc nécessaire de répliquer cette étude dans d'autres entreprises dont les méthodes de direction varient (interventionnistes

versus classiques), et notamment des méthodes d'étude autorisant des analyses plus poussées que celles autorisées par les associations libres employées ici. Après cette partie exploratoire, il serait intéressant de recueillir d'autres informations (l'importance des induits pour les salariés, sous forme de pourcentages par exemple), afin de permettre des analyses plus poussées. Par ailleurs, il pourrait sembler important de prendre des entreprises encore plus proches que celles choisies. En effet, si les deux entreprises de cette étude sont des PME de grande taille, il n'en reste pas moins qu'elles comptent un nombre différent de salariés, ce qui est susceptible d'avoir des effets.

Cette étude a toutefois montré que la représentation sociale du travail permet non seulement de cerner la façon dont les salariés pensent et vivent le travail de manière générale, mais également d'identifier des particularités locales qui auraient échappé à l'attention sans cela, et qui méritent pourtant une attention spéciale en vue d'améliorer la performance sociale des entreprises. En d'autres termes, il s'agit d'une méthodologie alternative en vue d'analyser la façon dont les salariés pensent et vivent le travail.

REMERCIEMENTS :

M@rs-Lab (http://www.mars-lab.com).

BIBLIOGRAPHIE :

Abric, J. C. (1976). *Jeux, conflits et représentations sociales*. Thèse de doctorat d'État, Université de Provence, Aix-Marseille I.
Abric, J. C. (1987). *Coopération, compétition et représentations sociales*. Cousset : DelVal.
Abric, J. C. (1994). L'organisation interne des représentations sociales : système central et système périphérique. In C. Guimelli (Ed.). *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne : Delachaux et Niestlé, 73-84.
Abric, J. C. (2003). La recherche du noyau central et de la zone muette des représentations sociales. In J. C. Abric (Ed). *Méthodes d'étude des représentations sociales*, Ramonville Saint-Agne : Eres, 217-238.

Bonnec, Y., Roussiau, N. & Vergès, P. (2002). Categorical and Prototypical Analysis: a Study on the Quality-Process in Hospital Institutions. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée,* 52, 213-220.
Durkheim, E. (1912). *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris : Presses Universitaires de France (réédité en 1998).
Flament, C. (1981). L'analyse de similitude : une technique pour les recherches sur les représentations sociales. *Les Cahiers de Psychologie Cognitive*, 4, 357-396.
Flament, C. (1994). Aspects périphériques des représentations sociales. In C. Guimelli (Ed.). *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne : Delachaux et Niestlé, 85-118.
Flament, C. (1994b). Le plaisir et la rémunération dans la représentation sociale du travail. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*. 23, 61-69.
Flament, C. & Rouquette, M. L. (2003). *Anatomie des idées ordinaires : comment étudier les représentations Sociales*. Paris : Armand Colin.
Gigling, M. et Rateau, P. (1999). Les six épreuves des Gopa. Une étude expérimentale du processus d'ancrage. In M.-L. Rouquette et C. Garnier (Eds). *La genèse des représentations sociales*, Montréal : Éditions Nouvelles.
Grivel, C. (1980). Esquisse d'une théorie des systèmes doxiques. *Degrés*, 24-25.
Grize, J. B. (1976). *Matériaux pour une logique naturelle*, Neuchâtel : Centre de recherches sémiologiques.
Grize, J. B. (1989). Logique naturelle et représentations sociales. In D. Jodelet (Ed.). *Les représentations sociales*. Paris : Presses Universitaires de France, 170-186.
Grize, J. B., Vergès, P. & Silem, A. (1987). *Salariés face aux nouvelles technologies. Vers une approche sociologique des représentations sociales*. Paris : Éditions du CNRS.
Guimelli, C. (1994). La fonction d'infirmière. Pratiques et représentations sociales. In J.-C.
Guimelli, C. (1999). *La pensée sociale*. Paris : Presses Universitaires de France.
Abric (Ed). *Pratiques sociales et représentations*. Paris : Presses Universitaires de France, 83-107.
Herzlich, C. (1969). *Santé et maladie : analyse d'une représentation sociale*. Paris : Mouton.
Iglesias, K., Renaud, O. & Tschan, F. (2010) Satisfaction au travail : conséquences du choix des outils statistiques et des instruments de mesure en GRH. *XXIème Congrès de l'AGRH, « Nouveaux comportements, nouvelle GRH ? »*, 17-19 novembre, Saint Malo (en révision).
Jodelet, D. (1994). *Les représentations sociales*. Paris : Presses Universitaires de France.
Louche, C. & Moliner, P. (2001). Sens et représentation du travail chez des télétravailleurs et des travailleurs classiques. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 50, 70-79.
Milland, L. (2001). *De la dynamique des rapports entre représentations sociales du travail et du chômage*. Thèse de Doctorat, Université de Provence, Aix-Marseille I.
Moliner, P., Rateau P. & Cohen-Scali, V. (2002). *Les représentations sociales. Pratiques des études de terrain*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public. Étude sur la représentation sociale de la psychanalyse*. Paris : Presses Universitaires de France (réédité en 1976).
Moscovici, S. (1989). Des représentations collectives aux représentations sociales. In D. Jodelet (Dir.). *Les représentations sociales*. Paris : Presses Universitaires de France, 62-86.
Rateau, P. (1995). Dimensions descriptive, fonctionnelle et évaluative des représentations sociales. Une étude exploratoire. *Papers on Social Representations*, 4, 133-146.
Rateau, P. (2004). *L'approche structurale des représentations sociales : nouvelles perspectives intégratives*. Habilitation à Diriger les Recherches, Université de Montpellier 3, 17 décembre 2004.
Rouquette, M.-L. (1990). Sur la composition des schèmes. *Nouvelles Études Psychologiques*, 4,

1, 17-25.Rouquette, M. L. (1992). *La rumeur et le meurtre. L'affaire Fualdès*. Paris : Presses Universitaires de France.
Rouquette, M. L. (1995). Remarques sur le statut ontologique des représentations sociales. *Papers on Social Representations*, 4, 79-83.
Salmaso, P. & Pombeni, L. (1986). Le concept de travail. In W. Doise et A. Palmonari (Eds.). *L'étude des représentations sociales*. Neuchâtel : Delachaux et Niestlé.
Vergès, P. (1992). L'évocation de l'argent : une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation. *Bulletin de Psychologie*, 405, 203-209.
Vergès, P. (1994). Approche du noyau central : propriétés quantitatives et structurales. In C. Guimelli (Ed.). *Structures et transformations des représentations sociales*. Neuchâtel : Delachaux et Niestlé, 233-254.
Vergès, P. (1995). Représentations sociales partagées, périphériques, indifférentes, d'une minorité : méthodes d'approche. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 28, 77-95.
Vergès, P. & Bouriche, B. (2001). *L'analyse des données par les graphes de similitude*. Manuel d'utilisation de l'analyse de similitude SIM197v2.1.